

رابطه هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر

انتفاعی شهرستان کازرون

مریم سرطاوی^۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۱/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۱

چکیده

مقدمه و هدف: هدف اصلی این تحقیق هدف اصلی این تحقیق رابطه هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون بود. روش تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی بود.

روش شناسی پژوهش: روش تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه پژوهش را کلیه مدیران و معاونان مقطع ابتدایی دبستانهای غیر انتفاعی شهرستان کازرون تشکیل داد. و با استفاده از تمام شماری ۷۱ نفر مدیر و معاون در تحقیق مشارکت داشتند. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه بود که توسط محققان قبلی روایی و پایایی آن محاسبه و مطلوب گزارش شد. داده ها با نرم افزار SPSS 24 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته ها: نتایج نشان داد که وجود رابطه هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون تأیید می گردد. ضریب همبستگی پیرسون بین هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی برابر ۰/۶۹۶ می باشد. همچنین بین مولفه های هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران رابطه ی مثبت و معنی داری بدست آمد. با توجه به مقداری بتا یا ضریب رگرسیون استاندارد شده می توان گفت مولفه های هوش تجاری، و هوش اجتماعی توانایی پیش بینی مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران را دارند. در این راستا هوش تجاری با مقدار بتای ۰/۵۱۵ و هوش اجتماعی با مقدار بتای ۰/۲۴۲ در مدل تأثیر دارند و در سطح $P < ۰/۰۱$ معنی دار می باشند

نتیجه گیری: می توان نتیجه گرفت که هرچه میزان هوش رقابتی مدیران بیشتر باشد، میزان مسئولیت پذیری اجتماعی آن ها نیز به طور معناداری بالاتر خواهد بود. این رابطه مثبت و معنادار نشان می دهد که هوش رقابتی به عنوان یکی از عوامل مهم در مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی عمل می کند. بنابراین با تقویت هوش رقابتی مدیران از طریق آموزش های لازم، می توان انتظار داشت که میزان مسئولیت پذیری اجتماعی آن ها نیز افزایش یابد.

کلید واژه ها: هوش رقابتی، مسئولیت پذیری اجتماعی، مدارس غیر انتفاعی، آموزش و پرورش

^۱ مریم سرطاوی، کارشناس ارشد در رشته ی تحقیقات آموزشی. آموزگار، آموزش و پرورش شهرستان کازرون (Maremsartavi@gmail.com)

مقدمه

مفهوم مسئولیت‌پذیری به عنوان یکی از شاخص‌های رفتار شهروندی، در همه سازمان‌ها و نظام‌های اجتماعی به طور بدیهی و قابل قبول شناخته شده است. این مفهوم، از اصول جدید عصر حاضر است و باعث شده است که سازمان‌ها و مدیران به نیازهای محیطی، مراجعان و مشتریان خدمات خود توجه بیشتری داشته باشند. آنها در مأموریت‌ها و راهبردهای سازمانی خود، به بهترین شکل ممکن به این هدف توجه کنند و تلاش کنند تا در بین کادر انسانی سازمان، مسئولیت‌پذیری را به عنوان یکی از آرزوهای مدیران موفق در نظر بگیرند. مسئولیت‌پذیری به معنای پذیرش و اجرای کامل و دقیق وظایف و تعهدات است. این شامل مسئولیت‌پذیری در قبال محیط زیست، ارزش‌های اخلاقی، تعهدات قانونی، حقوق کارکنان، رضایت مشتریان و ارائه خدمات با کیفیت می‌شود. مدیران موفق، با توجه به اهمیت مسئولیت‌پذیری، سیاست‌ها و سیستم‌هایی را برای ترویج و تشویق مسئولیت‌پذیری در سازمان خود ایجاد می‌کنند. این شامل ارائه آموزش‌های مرتبط، ایجاد فرهنگ سازمانی پایدار، ایجاد مکانیسم‌های گزارش‌دهی و پاسخگویی، ارزیابی عملکرد مسئولیت‌پذیر و اجرای تحسین و تشویق به مسئولیت‌پذیری است.

رفتار مسئولیت‌پذیر در واقع به عنوان یکی از شاخصه‌های سلامت انسانی در هر جامعه‌ای محسوب می‌شود. نظام آموزش و پرورش نیز به عنوان یکی از ارکان توسعه اجتماعی در جامعه شناخته می‌شود. یکی از اهداف بسیار مهم نظام آموزشی، توسعه مهارت‌های اجتماعی، از جمله مسئولیت‌پذیری اجتماعی، است. پذیرش مسئولیت در واقع به معنای افزایش حس مسئولیت‌پذیری است و طبق نتایج تحقیقات لئونیداس و همکاران^۱ (۲۰۱۲)، افزایش این حس مسئولیت‌پذیری منجر به ارتقای تعهد اجتماعی افراد در سازمان‌ها خواهد شد و باعث پایداری اجتماعی و سلامت اجتماعی در بین افراد جامعه، به ویژه افراد تحصیلکرده، می‌شود. این افزایش حس مسئولیت‌پذیری نیز می‌تواند میزان سرمایه اجتماعی و دستیابی به اهداف توسعه پایدار در جامعه را افزایش دهد. نظام آموزشی به عنوان موتور محرکه تحولات اجتماعی نیز با داشتن مسئولیت اجتماعی در قبال دانش‌آموزان و جامعه، نقش اساسی در ایجاد و گسترش فرهنگ پاسخگویی اجتماعی در جامعه

^۱ Leonidas et al

خواهد داشت. این به معنای این است که نظام آموزشی باید در قبال نیازها و توقعات جامعه و دانش آموزان خود، مسئولیت پذیری نشان دهد و به آن ها پاسخگو باشد.

مسئولیت پذیری اجتماعی به مسائل اخلاقی مربوط به رفتار و تصمیم گیری سازمان در زمینه هایی مانند مدیریت منابع انسانی، سلامت کاری، روابط اجتماعی و روابط با ارباب رجوع می پردازد. این مفهوم به تعهد تصمیم گیرندگان برای انجام اقداماتی اشاره دارد که به طور کلی، علاوه بر تأمین منافع سازمان و کارکنان، موجب بهبود و رفاه جامعه نیز می شود (رمضان نیا و رضایی، ۱۳۹۶). استقرار مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان ها باید براساس رهنمودها و استانداردهای استاندارد و طرح عملیات انجام شود. با این حال، تاکنون تلاش های محدودی برای شناخت راه های طراحی مسئولیت پذیری اجتماعی در ساختار سازمانی و انعکاس ارزش ها و هنجارهای مربوط به آن در سازمان ها صورت گرفته است (فهرست و همکاران، ۱۳۹۶).

در قرن بیست و یکم که دوره ای از رقابت شدید است، بقا و مبنای اصلی موفقیت یک سازمان، دستیابی به یک مزیت رقابتی پایدار و حفظ آن است. در واقع، اولین و اصلی ترین هدف مزیت رقابتی، تضمین بقای سازمان است. وقتی یک سازمان بتواند بر مبنای مزیت رقابتی خود بقای خود را تضمین کند، آنگاه قادر است به بالندگی و پیشرفت بیشتر برسد و مسیر موفقیت را پیمایش کند. مزیت رقابتی به طور خلاصه به موقعیتی اشاره دارد که یک سازمان را قادر می سازد نسبت به رقبای خود برتری داشته باشد و منجر به جذب مشتریان بیشتر، افزایش درآمد، بهبود عملکرد و ایجاد موقعیتی پایدارتر در بازار شود. این مزیت می تواند بر اساس عوامل مختلفی مانند نوآوری، کیفیت محصول یا خدمات، هزینه های کاهش یافته، تخصص و تجربه، برند قوی و سایر عوامل متنوع دیگر شکل بگیرد. دستیابی به مزیت رقابتی پایدار برای یک سازمان نیازمند توانایی حفظ و به روز رسانی مزیت های خود در مقابل تغییرات و چالش های بازار است. بنابراین، سازمان ها باید به طور مداوم به تحلیل و پیش بینی روندها و نیازهای بازار، نوآوری و بهبود فرآیندها، بهره وری بالا، ارتقاء کیفیت و خدمات، ایجاد روابط موفق با مشتریان و رقبای خود، و به طور کلی ارائه ارزش بیشتر به مشتریان و جامعه متمرکز شوند (اکبرزاده و همکاران، ۱۳۹۳).

هوش رقابتی به قابلیت سازمان برای تجزیه و تحلیل اطلاعات مرتبط با محیط خارجی و شناخت شکاف های شایستگی و ارزشی بین سازمان و رقبای اشاره دارد. این نوع هوش، مسئولیت

جمع آوری، تجزیه و تحلیل و مدیریت اطلاعات محیط بیرونی را بر عهده دارد(سیاه سرانی کجوری و همکاران، ۱۳۹۶).

هوش رقابتی فرایندی است که ضمن آن تیم مدیریتی وضعیت صنعت خود و قابلیت‌ها و رفتار رقبای فعلی و بالقوه را به منظور کمک به حفظ یا توسعه مزیت رقابتی خود مورد ارزیابی قرار می‌دهد. انجمن حرفه‌ای هوش رقابتی در تعریف هوش رقابتی بیان می‌کند که؛ هوش رقابتی یک برنامه اخلاقی و نظام‌مند است که با توجه به جمع آوری، تجزیه، تحلیل و مدیریت اطلاعات بیرون سازمان، می‌تواند بر عملیات، تصمیمات و برنامه‌های شرکت تاثیر بگذارد(گاتسوریس، ۲۰۱۲).

با توجه به گفته‌های گیلاد^۲(۱۹۹۲)، هوش رقابتی به عنوان یک شناخت کلی، دانش سازمان درباره محیط رقابتی که در آن فعالیت می‌کند را توصیف می‌کند. این دانش حاصل تجزیه و تحلیل اطلاعات بی‌شماری است که به صورت روزانه بر سازمان می‌تابد. در واقع، همانطور که گفته شد، هوش رقابتی به سازمان امکان می‌دهد تا تصویر کاملی از وضعیت فعلی و آینده صحنه رقابتی را درک کند. این دانش به مدیران کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری بگیرند و منافع سازمان را در رقابت با رقبا بهبود بخشند(بدیع زاده و پولکی، ۱۳۹۵).

در حال حاضر، مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان‌ها بسیار حائز اهمیت است. این اهمیت به دلیل مسائلی همچون ناکارآمدی برخی سازمان‌ها، رسوایی‌های اخلاقی در میان کارکنان و مدیران سازمان‌های آموزشی و غیرآموزشی، نگرانی ناشی از جهانی شدن و کاهش فواصل زمانی و مکانی بین افراد و جوامع، و افزایش بی‌اعتمادی و نارضایتی شغلی در میان کارکنان سازمان‌ها بی‌انکار است. ناکارآمدی برخی سازمان‌ها نشان‌دهنده عدم توجه به مسئولیت پذیری اجتماعی است. سازمان‌هایی که نتوانند با چالش‌ها و تغییرات اجتماعی سازگاری یابند، ممکن است در رقابت با رقبا به عقب افتاده و ناکارآمدی را تجربه کنند(کرمی و همکاران، ۱۳۹۶). و در آخر، افزایش بی‌اعتمادی و نارضایتی شغلی درون سازمان‌ها نشان می‌دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی در نظر گرفته نشده است. سازمان‌هایی که نتوانند نیازها و انتظارات اجتماعی کارکنان خود را در نظر بگیرند و به آن‌ها پاسخ مناسبی ارائه دهند، با مشکلاتی همچون بی‌اعتمادی، نارضایتی و کاهش عملکرد روبرو خواهند شد. بنابر این با توجه به اینکه تا کنون تحقیقی در قلمرو آموزش و پرورش شهرستان کازرون

1 Gatsoris

2 geelad

نشده است، مسئله اصلی تحقیق این است که آیا بین هوش رقابتی و مسئولیت پذیری مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون رابطه ی معنی داری وجود دارد؟

روش شناسی پژوهش

روش این تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه پژوهش، کلیه مدیران و معاونان مدارس غیر انتفاعی در شهرستان کازرون بود که بر اساس آماربندست آمده تعداد نفر می باشند. حجم نمونه با جامعه برابر در نظر گرفته شد یعنی از سر شماری یا تمام شماری ۷۲ استفاده شد. در این پژوهش از ۲ ابزار پرسشنامه، بعنوان ابزار جمع آوری داده های کمی هوش رقابتی و مسئولیت اجتماعی استفاده شده است. پرسشنامه هوش رقابتی، استاندارد می باشد که توسط روچ و سانتی (۲۰۰۱) ساخته شده که مشبکی و همکاران (۱۳۹۰) آن را ترجمه و در ایران استاندارد سازی کرده است.

پرسشنامه هوش رقابتی: شامل ۲۲ سوال پاسخ بسته است که هر سوال از ۵ گزینه مطابق با طیف لیکرتی شامل (خیلی زیاد، زیاد، تا حدودی، کم و خیلی کم) می باشد. همچنین این پرسشنامه دارای ۴ زیر مقیاس هوش تجاری، هوشمندی نسبت به رقبا، هوش تکنیکی و هوش اجتماعی می باشد. مشبکی و همکاران (۱۳۹۰) برای روایی پرسشنامه هوش رقابتی از اعتبار محتوا استفاده کرده اند و روایی آن را مطلوب و پایایی آن را به روش آلفای کرونباخ، ۰/۸۷ ذکر کرده اند.

پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی: این پرسشنامه بر گرفته از پژوهش سپهوند و همکاران (۱۴۰۱) است که در ابعاد مسئولیت فرهیخته پروری، مسئولیت بالندگی معنوی، مسئولیت محیطی پایدار، مسئولیت اقتصادی پایدار، مسئولیت حامی گری پایدار، مسئولیت اعتلای اجتماعی طراحی شده است. پرسشنامه بر گرفته شده از این تحقیق شامل ۴۱ گویه در ۶ بعد می باشد.

روایی پرسشنامه بر اساس روایی محتوایی و پایایی آن بر اساس آلفای کرونباخ مطلوب گزارش شد. آلفای کرونباخ برای مسئولیت فرهیخته پروری ۰/۸۱، مسئولیت بالندگی معنوی ۰/۸۴، مسئولیت محیطی پایدار ۰/۷۹، مسئولیت اقتصادی پایدار ۰/۸۸، مسئولیت حامی گری پایدار ۰/۷۶ و مسئولیت اعتلای اجتماعی ۰/۷۷ گزارش می شود. آلفای کلی ۰/۸۷ بدست آمد.

در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات مورد نیاز به مدت دو هفته به مدارس غیر انتفاعی کازرون مراجعه شده و ضمن ارائه توضیحات لازم، پرسشنامه‌ها را در اختیار مشارکت کنندگان قرار گرفته شده و پس از تکمیل جمع‌آوری شده است. داده‌های این پژوهش پس از گردآوری با استفاده از نرم افزارهای SPSS 24 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش عبارتند از روش‌های آمار توصیفی و شیوه‌های آمار استنباطی شامل آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون که جهت سنجش صحت فرضیه‌ها استفاده شده است.

یافته‌ها

هدف اصلی پژوهش حاضر، رابطه هوش رقابتی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون بوده است. پژوهشگر به جهت دست‌یابی به این هدف و به منظور پاسخگویی به سوالات پژوهش، سه پرسشنامه توزیع کرده و پس از جمع‌آوری، در نرم افزار SPSS 24 وارد کرده و از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از ابزار گردآوری اطلاعات استفاده کرده است. آزمون‌های آماری که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته‌اند شامل همبستگی تحلیل رگرسیون بوده است.

بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

برای استفاده از تکنیک‌های آماری ابتدا باید نوع توزیع داده‌های جمع‌آوری شده مشخص گردد، که در صورت نرمال بودن توزیع داده‌های جمع‌آوری شده، از آزمون‌های پارامتریک و در صورت غیرنرمال بودن از آزمون‌های ناپارامتریک جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده می‌شود. بدین منظور در این مرحله به بررسی نتایج حاصل از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (K-S) با استفاده از نرم افزار SPSS 24 در مورد هر یک از متغیرها پرداخته شده است.

اساس این روش بر اختلاف بین فراوانی تجمعی نسبی مشاهدات با مقدار مورد انتظار تحت فرض صفر است. فرض صفر می‌گوید که نمونه انتخاب شده دارای توزیع نرمال می‌باشد. در این آزمون اگر سطح معناداری بزرگتر از $0/05$ باشد، فرض صفر تایید می‌شود و در صورتی که مقدار سطح معناداری کوچکتر 5% باشد، فرض یک تایید می‌شود.

جدول ۱: نتیجه آزمون نرمال بودن برای توزیع متغیرهای مدل

متغیر	آماره	df	سطح معنی داری
هوش رقابتی	۰/۰۹۴	۷۱	۰/۱۹۷
مسئولیت پذیری	۰/۰۹۹	۷۱	۰/۱۳۳

با توجه به جدول ۱ چون مقدار سطح معناداری متغیرهای مدل بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد بنابراین فرض یک رد می شود و نتیجه می گیریم متغیرها دارای توزیع نرمال می باشند.

آزمون فرضیه های پژوهش

هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون رابطه ی معنی داری دارد. برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج در جدول شماره ۴-۴ آمده است.

جدول ۲: ضریب همبستگی پیرسون بین هوش رقابتی و مسئولیت پذیری اجتماعی

متغیرها	۱	۲
هوش رقابتی	۱	—
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۶۹۶**	۱

*: معنی داری در سطح ۰/۰۵ ***: معنی داری در سطح ۰/۰۱

با توجه به جدول ۲ ضریب همبستگی پیرسون بین هوش رقابتی و مسئولیت پذیری اجتماعی برابر با ۰/۶۹۶ باشد فاصله اطمینان ۹۹ صدم و سطح معنی داری $P < 0.01$ می باشد.

مولفه های هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون رابطه ی معنی داری دارد. برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج در جدول شماره ۳ آمده است.

جدول ۳: ضریب همبستگی پیرسون بین مسئولیت پذیری اجتماعی و مولفه های هوش رقابتی

متغیرها	۱	۲	۳	۴
مسئولیت پذیری	۱			
هوش تجاری	۰/۷۱	۱		
هوشمندی نسبت به رقبا	۰/۳۵	۰/۴۶	۱	
هوش تکنیکی	۰/۵۵	۰/۵۱	۰/۴۵	۱
هوش اجتماعی	۰/۶۱	۰/۶۱	۰/۵۳	۰/۵۶

با توجه به جدول ۳ ضریب همبستگی پیرسون بین مسئولیت پذیری اجتماعی و مولفه های هوش رقابتی در تمامی مولفه ها رابطه ی معنی دار وجود دارد و تمام مولفه ها با فاصله اطمینان ۹۹ صدم و سطح معنی داری $P < 0/01$ با مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه ی معنی داری دارند.

مولفه های هوش رقابتی می توانند مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون را پیش بینی کنند.

جدول ۴: آماره های تحلیل رگرسیون چندگانه و خلاصه مدل رگرسیونی برازش شده

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین Squire	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطای برآورد
مسئولیت پذیری اجتماعی	هوش رقابتی	۰/۷۶۸	۰/۵۹۰	۰/۵۶۵	۰/۲۷۸۶۲

با توجه به جدول زیر ضریب تعیین (R Square) مقدار ۰/۵۹۰ بدست آمده است که این مقدار بیان می نماید که ۵۹ درصد تغییرات مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مربوط به مولفه های هوش رقابتی می باشد.

جدول ۵: آماره های متغیر وارده در مدل برازش رگرسیونی

متغیر های پیش بین	ضریب رگرسیون غیراستاندارد	خطای استاندارد	بتا	مقدار t	Sig
ثابت	۱/۴۳	۰/۲۶۵	-	۵/۵۹	P < ۰/۰۱
هوش تجاری	۰/۰۷۱	۰/۰۱۴	۰/۵۱۵	۴/۹۳	P < ۰/۰۱
هوشمندی نسبت به رقبا	-۰/۰۱۴	۰/۰۱۳	-۰/۱۰۵	-۱/۰۸	۰/۲۸۲
هوش تکنیکی	۰/۰۲۶	۰/۰۱۳	۰/۱۹۹	۱/۹۸	۰/۰۵۱
هوش اجتماعی	۰/۰۲۷	۰/۰۱۲	۰/۲۴۲	۲/۱۶	۰/۰۳۴

متغیر ملاک: مسئولیت پذیری اجتماعی

با توجه به مقداری بتا یا ضریب رگرسیون استاندارد شده می توان گفت مولفه های هوش تجاری و هوش اجتماعی توانایی پیش بینی مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران را دارند. در این راستا هوش تجاری با مقدار بتای ۰/۵۱۵ و هوش اجتماعی با مقدار بتای ۰/۲۴۲ در مدل تاثیر دارند و در سطح $P < ۰/۰۱$ معنی دار می باشند. ولی هوش تکنیکی و هوشمندی نسبت به رقبا در این مدل معنی دار نشد و نتوانستند مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی را پیش بینی کنند.

بحث و نتیجه گیری

بین هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون رابطه معناداری وجود دارد. هوش رقابتی به مجموعه مهارت ها، توانمندی ها و خصوصیات اطلاعاتی می شود که افراد و سازمان ها را قادر می سازد در محیط رقابتی با موفقیت عمل کنند. مدیران مدارس غیرانتفاعی نیز برای موفقیت و پیشرفت این موسسات نیازمند هوش رقابتی هستند. هوش رقابتی شامل مولفه های هوش تجاری، هوشمندی نسبت به رقبا، هوش تکنیکی و هوش اجتماعی است و مهارت هایی مانند تحلیل و برنامه ریزی استراتژیک، ارتباطات مؤثر، نظارت بر عملکرد و توانایی ایجاد

تغییرات نوآورانه را شامل می شو(روچ و سانتی، ۲۰۰۱). از طرفی، مسئولیت پذیری اجتماعی به میزان توجه و تعهد یک فرد یا سازمان نسبت به آثار و تأثیرات اجتماعی فعالیت های خود اشاره دارد. مدیران مدارس غیرانتفاعی نیز در علاوه بر مسئولیت های حرفه ای خود، به عنوان اعضای جامعه محلی نیز مسئولیت های اجتماعی دارند. به طور مثال، آنها می توانند در جهت بهبود کیفیت آموزش و پرورش، افزایش تأثیرگذاری مدرسه در جامعه و حمایت از دانش آموزان در مواجهه با چالش ها و مشکلات اجتماعی فعالیت کنند. بنابراین، اگر مدیران مدارس غیرانتفاعی شهرستان کازرون همچنان در تلاش برای رقابت مؤثر در حوزه آموزش و پرورش باشند و در عین حال به مسئولیت های اجتماعی خود نیز پاسخگو باشند، احتمالاً یک رابطه مثبت وجود دارد. به عبارت دیگر، مدیرانی که هوش رقابتی بالا دارند و همچنین به عنوان عوامل مسئولیت پذیر در جامعه عمل می کنند، بهترین نتایج را در عملکرد مدارس غیرانتفاعی شهرستان کازرون می توانند به دست آورند. این نتایج با یافته های فیضی زنگیر و بابایی مهر (۱۴۰۰) همسو است. این محققان دریافته اند که یافته های تحقیق نشان می دهد که هوش رقابتی (آگاهی از فرصت های بازار، آگاهی از مخاطرات رقبای، آگاهی از تهدیدات رقبای، آگاهی از آسیب پذیری کلیدی بانک و آگاهی از فرضیات محوری) بر مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان و رفتار اخلاقی کارکنان شعب بانک ملی استان اردبیل تأثیر دارد.

مولفه های هوش رقابتی با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون رابطه ی معنی داری دارد. مولفه های هوش رقابتی (هوش تجاری، هوشمندی نسبت به رقبای، هوش تکنیکی و هوش اجتماعی) می توانند با مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی شهرستان کازرون رابطه ای معنادار داشته باشند.

بنابراین، مولفه های هوش رقابتی می توانند تأثیر معناداری بر مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی شهرستان کازرون داشته باشند. با داشتن این مولفه ها، مدیران مدارس قادر خواهند بود رقبا را بهتر شناسایی کرده، با استفاده از فناوری ها و ابزارهای نوین بهبودهای لازم را در عملکرد سازمانی اعمال کنند و روابط اجتماعی خود را با اعضای جامعه مدرسه بهبود بخشند. این اقدامات در نهایت به بهبود کیفیت آموزش و پرورش و بهره وری اجتماعی منجر خواهد شد و مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران را تقویت خواهد کرد. اگر چه پژوهشی که دقیقاً این مولفه ها را با

مسئولیت پذیری اجتماعی به ویژه در مدیران مدارس غیر انتفاعی مورد بررسی قرار دهد یافت نشد ولی تا حدود زیادی با نتایج تحقیق فیضی زنگیر و بابایی مهر (۱۴۰۰) همسو است. این محققان دریافتند که یافته‌های تحقیقشان می‌دهد که هوش رقابتی (آگاهی از فرصت‌های بازار، آگاهی از مخاطرات رقبا، آگاهی از تهدیدات رقبا، آگاهی از آسیب پذیری کلیدی بانک و آگاهی از فرضیات محوری) بر مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان و رفتار اخلاقی کارکنان شعب بانک ملی استان اردبیل تأثیر دارد.

مولفه‌های هوش رقابتی می‌توانند مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیر انتفاعی شهرستان کازرون را پیش‌بینی کنند. مدیران مدارس غیرانتفاعی با داشتن هوش تجاری می‌توانند اطلاعات مربوط به بازار آموزش و رقبا را جمع‌آوری و تحلیل کنند. این اطلاعات شامل نیازها و تقاضاهای آموزشی در جامعه، روند تحولات آموزشی و فناوری‌ها، برنامه‌های آموزشی رقبا و عملکرد آن‌ها است. با بکارگیری هوش تجاری، مدیران مدارس می‌توانند تصمیماتی بگیرند که بهبود کیفیت آموزش و پرورش و توسعه مدارس را به هدف داشته باشند. به عنوان مثال، با تحلیل نیازها و تقاضاهای آموزشی جامعه، مدیران مدارس می‌توانند برنامه‌های آموزشی را طراحی کنند که نیازهای جامعه را برطرف کند و بازخوردهای مثبت از طرف دانش‌آموزان، اولیا و جامعه را دریافت کنند.

مدیران مدارس غیرانتفاعی با داشتن هوش اجتماعی می‌توانند به خوبی در روابط اجتماعی و همکاری با اعضای جامعه مدرسه، اولیا و دانش‌آموزان عمل کنند. با توانایی‌های هوش اجتماعی مانند تعامل موثر با افراد، گفتگو و گوش دادن فعال، مدیریت تعارضات و تشویق همکاری، مدیران مدارس می‌توانند ارتباطات مثبت و سازنده با اعضای جامعه مدرسه برقرار کنند. با داشتن هوش اجتماعی، مدیران مدارس می‌توانند نیازها و انتظارات جامعه را درک کرده و برنامه‌ها و سیاست‌هایی را اجرا کنند که به نفع همه اعضای جامعه مدرسه باشد. به عنوان مثال، با توانایی مدیریت تعارضات و تشویق همکاری، مدیران مدارس می‌توانند بین اعضای جامعه مدرسه هماهنگی و همکاری را بهبود دهند و ارتباطات مثبت و سازنده‌تری بین اعضای جامعه مدرسه ایجاد کنند. با توجه به هوش تجاری و هوش اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی در شهرستان کازرون،

می توان پیش بینی کرد که آنها می توانند بهبود کیفیت آموزش و پرورش، توسعه مدارس و تأثیرگذاری مثبت بر جامعه را در نظر بگیرند و مسئولیت پذیری اجتماعی خود را نشان دهند. با بکارگیری هوش تجاری، مدیران مدارس می توانند بهترین راهکارها و استراتژی ها را برای بهبود عملکرد مدرسه و ارتقای کیفیت آموزش انتخاب کنند، مدیریت منابع و بودجه بندی را بهینه سازی کنند و بهره وری فرایندها را افزایش دهند. از طرف دیگر، با داشتن هوش اجتماعی، مدیران مدارس می توانند به خوبی با اعضای جامعه مدرسه، اولیا و دانش آموزان همکاری کنند و نیازها و انتظارات جامعه را درک کنند. با ایجاد ارتباطات مثبت و سازنده و مدیریت تعارضات، مدیران مدارس می توانند بین اعضای جامعه مدرسه هماهنگی و همکاری را تقویت کنند.

از آنجایی که هوش تکنیکی و هوشمندی نتوانسته اند مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی را پیش بینی کنند، ممکن است دلایل زیر بتوانند این ناکامی را توضیح دهند:

۱. عدم انطباق با محدوده مورد مطالعه: ممکن است هوش تکنیکی و هوشمندی، در شرایط و محدوده خاصی که مدیران مدارس غیرانتفاعی در آن فعالیت می کنند، تأثیر معناداری نداشته باشند. ممکن است محیط مدارس غیرانتفاعی دارای چالش ها و متغیرهایی باشد که نیاز به عوامل دیگری برای پیش بینی مسئولیت پذیری اجتماعی داشته باشد.

۲. نیاز به عوامل متنوع تر: مسئولیت پذیری اجتماعی یک ویژگی پیچیده است که تأثیرگذاری آن می تواند توسط عوامل مختلف متحقق شود. هوش تکنیکی و هوشمندی ممکن است تنها بخشی از این تأثیرگذاری ها را در نظر نگرفته یا نتوانسته باشد به خوبی با آنها هماهنگ شود. این می تواند نیاز به عوامل متنوع تر و گسترده تری برای پیش بینی مسئولیت پذیری اجتماعی داشته باشد.

۳. نادیده گرفتن متغیرهای مهم: ممکن است هوش تکنیکی و هوشمندی نتوانسته اند متغیرهای مهمی که در تعیین مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی نقش دارند، را به خوبی در نظر بگیرند. مثلاً، عوامل فرهنگی، اجتماعی یا سازمانی ممکن است تأثیر قابل توجهی در مسئولیت پذیری اجتماعی داشته باشند ولی در مدل تحلیل استفاده شده نادیده گرفته شده باشند.

۴. تفاوت های فردی: ممکن است تفاوت های فردی بین مدیران مدارس غیرانتفاعی باعث شود که هوش تکنیکی و هوشمندی در پیش بینی مسئولیت پذیری اجتماعی تأثیر متفاوتی داشته باشند. برخی

از مدیران ممکن است بیشتر به عوامل دیگری نظیر تجربه کاری، شخصیت و سبک مدیریت توجه کنند که می تواند تأثیر هوش تکنیکی و هوشمندی را کاهش دهد. به طور کلی، برای درک دقیق تر دلایل عدم تأثیرگذاری هوش تکنیکی و هوشمندی در پیش بینی مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی، نیاز به تحقیقات بیشتر و بررسی دقیق تر این موضوع و عوامل مؤثر در آن است. همچنین، می توان از روش های تحلیل داده و مدل سازی متعدد استفاده کرد تا عوامل دیگری که ممکن است تأثیرگذار باشند، شناسایی شوند و در مدل ها مورد بررسی قرار گیرند.

با توجه به بررسی های انجام شده در این پژوهش، تاکنون پژوهشی در خصوص بررسی رابطه بین هوش رقابتی و مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی شهرستان کازرون صورت نگرفته است. این پژوهش به طور خاص به بررسی این رابطه در جامعه آماری مدیران مدارس غیرانتفاعی یک شهرستان خاص پرداخته است. با توجه به اینکه پیش از این چنین پژوهشی در این حوزه و با این مشخصات یافت نشده، می توان گفت این پژوهش به عنوان اولین تحقیق در زمینه بررسی رابطه هوش رقابتی و مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی شهرستان کازرون، محسوب می شود. انجام این پژوهش و کشف روابط بین این متغیرها در این جامعه خاص، می تواند یافته های جدیدی را به حوزه دانش مربوطه اضافه کند.

با توجه به یافته های پژوهش، می توان نتیجه گرفت که هرچه میزان هوش رقابتی مدیران بیشتر باشد، میزان مسئولیت پذیری اجتماعی آنها نیز به طور معناداری بالاتر خواهد بود. این رابطه مثبت و معنادار نشان می دهد که هوش رقابتی به عنوان یکی از عوامل مهم در مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی عمل می کند. بنابراین با تقویت هوش رقابتی مدیران از طریق آموزش های لازم، می توان انتظار داشت که میزان مسئولیت پذیری اجتماعی آنها نیز افزایش یابد. پیشنهاداتی با توجه به وجود رابطه مثبت و معنادار بین هوش رقابتی و مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی شهرستان کازرون، پیشنهادهای کاربردی زیر برای برنامه ریزان و مسئولان آموزش و پرورش این شهرستان ارائه می شود:

- برگزاری دوره های آموزشی به منظور ارتقاء هوش رقابتی مدیران مدارس
- آموزش مهارت هایی مانند شناخت رقبا، تفکر راهبردی و خلاقیت به مدیران

- تشویق مدیران به مشارکت در کارگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با هوش رقابتی
- ایجاد بانک اطلاعاتی از تجارب مدیران موفق در زمینه هوش رقابتی
- ارزیابی سطح هوش رقابتی مدیران قبل از انتصاب و حین خدمت
- توصیه می‌شود مدیران بر تقویت مؤلفه‌های هوش تجاری از جمله شناخت بازار و رقبا، تفکر راهبردی، و خلاقیت تمرکز کنند.
- برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای افزایش هوش تجاری مدیران.
- استفاده از مشاوران و کارشناسان حوزه کسب و کار در مدارس برای ارتقای هوش تجاری
- تقویت مهارت‌های ارتباطی و عاطفی مدیران جهت افزایش هوش اجتماعی آنان
- برقراری ارتباط مؤثر با ذی‌نفعان داخلی و خارجی مدرسه
- ایجاد فرصت‌های یادگیری تجربی برای مدیران در زمینه مسائل اجتماعی
- پیشنهاداتی پژوهشی نیز با توجه به نتایج پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین هوش رقابتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران مدارس غیرانتفاعی شهرستان کازرون، پیشنهادهای پژوهشی زیر برای محققان آتی ارائه می‌شود:
- بررسی تأثیر آموزش‌های هوش رقابتی بر میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران
- بررسی نقش میانجی‌گری متغیرهایی مانند فرهنگ سازمانی در رابطه بین هوش رقابتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی
- بررسی رابطه هوش رقابتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سایر سازمان‌های آموزشی
- طراحی و اعتباریابی مدلی بومی برای هوش رقابتی مدیران مدارس
- شناسایی سایر عوامل مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران مدارس
- انجام مطالعات کیفی در زمینه هوش رقابتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران

منابع فارسی

- اکبرزاده، زهرا؛ مهرمنش، حسن و هاشم‌زاده خوراسگانی، غلامرضا. (۱۳۹۳). تحلیل اثر قابلیت نوآوری بر کارآفرینی با رویکرد مزیت رقابتی پایدار در صنایع کوچک و متوسط (شهرک صنعتی کاوه). فصلنامه مدیریت کسب و کار، ۲۳، ۱۴۸-۱۲۳.
- بدیع‌زاده، علی و پولکی، مینا. (۱۳۹۵). بررسی و مقایسه تأثیر هوشمندی رقابتی بر رقابت‌پذیری

- شرکت های زودبازده با یکدیگر (مطالعه موردی: صنایع غذایی در استان تهران). دوفصلنامه راهبردهای بازرگانی، ۲۳ (۷)، ۷۵-۹۴.
- رمضان نیا، حسن و رضایی، فرزین. (۱۳۹۶). بررسی اثر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر ریسک سیستماتیک و ریسک غیرسیستماتیک: با استفاده از مدل تحلیل پوششی داده ها. دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۲ (۴)، ۱۸۹-۲۱۴.
- سیاه سرانی کجوری، محمدعلی؛ زارعی، عظیم؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ آذر، عادل و فیض، داود. (۱۳۹۶). مفهوم پردازی و اولویت بندی مولفه های هوشمندی رقابتی در شرکت های دانش بنیان: پژوهش ترکیبی. نشریه علمی پژوهشی مدیریت نوآوری، ۶ (۱)، ۴۴-۲۱.
- سپهوند، آمنه، موسوی، فرانک، کرم افروز، محمد جواد و لائی، سوسن. (۱۴۰۱). طراحی و تبیین الگوی مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران آموزشگاه ها. نوآوری های مدیریت آموزشی، ۲ (۲)، ۲۷-۱.
- فهرست، زهره؛ تیموری، هادی و انصاری، رضا. (۱۳۹۶). تعیین رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان و مزیت رقابتی (مورد مطالعه: گروه صنعتی انتخاب). فصلنامه صنعت و دانشگاه، ۱۰ (۳۷) و ۳۸، ۴۴-۳۵.
- فیضی زنگیر، محمد و بابایی مهر، هادی. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر هوش رقابتی بر مسئولیت پذیری اجتماعی و رفتار اخلاقی کارکنان شعب بانک ملی استان اردبیل. فصلنامه علمی نگرش های نوین بازرگانی، ۱ (۶)، ۹۶-۱۱۲.
- کرمی، محمد، گالاوندی، حسن، و گلایی، علیرضا. (۱۳۹۶). رابطه اخلاق حرفه ای، رهبری اخلاقی و مسئولیت اجتماعی دبیرستان های کردستان. مدیریت مدرسه، ۵ (۱)، ۹۳-۱۱۲.
- مشبکی، اصغر و رضوانیان زاده، محمدرضا و خرمگاه، سمانه سادات. (۱۳۹۰). سنجش و بهبود سطح هوش رقابتی در شرکت های خودروسازی با استفاده از الگوی QFD. بهبود مدیریت، ۵ (۳)، ۸۱-۱۰۰.

منابع انگلیسی

- Galli, D., Elefanti, M., & Valotti, G. (2013). From Corporate To Shared Social Responsibility: Community Governance and Social Capital Creation Through Collaboration. *APPAM International Conference: Collaboration Among Government, Market, and Society: Forging Partnerships and Encouraging Competition*, Fudan University, Shanghai, China.
- Gatsoris, L. (2012). Competitive intelligence in Greek furniture retailing: a qualitative approach. *EuroMed Journal of Business*, 7(3), 224-242.
- Leonidas, P., Mary, G., Theofilos, P., & Amalia, T. (2012). Managers' perceptions and opinions towards corporate social responsibility (CSR) in Greece. *Procedia Economics and Finance*, 1, 311-320.
- Rouach, D., & Santi, P. (2001). Competitive intelligence adds value: Five intelligence attitudes. *European management journal*, 19(5), 552-559.

The Relationship Between Competitive Intelligence and Social Responsibility of Directors of Non-profit Schools in Kazerun city

Maryam sartavi¹

Abstract

Introduction and goal: The main goal of this research was the relationship between competitive intelligence and social responsibility of directors of non-profit schools in Kazerun city. The research method was a correlational description.

Research methodology: The research method was a correlational description. The research community was made up of all principals and assistant principals of non-profit elementary schools in Kazerun city. And using the total number of 71 managers and assistants participated in the research. The tool used in this research was a questionnaire, which was calculated and reported favorably by previous researchers. The data was analyzed with SPSS 24 software.

Findings: The results showed that the existence of the relationship between competitive intelligence and social responsibility of managers of non-profit schools in Kazerun city is confirmed. Pearson's correlation coefficient between competitive intelligence and social responsibility of non-profit school managers is equal to 0.696. Also, a positive and significant relationship was found between the components of competitive intelligence and the social responsibility of managers. According to some beta or standardized regression coefficient, it can be said that the components of business intelligence and social intelligence have the ability to predict the social responsibility of managers. In this regard, business intelligence with a beta value of 0.515 and social intelligence with a beta value of 0.242 have an impact in the model and are significant at the $P < 0.01$ level.

Conclusion: It can be concluded that the higher the competitive intelligence of managers, the higher their social responsibility will be. This positive and significant relationship shows that competitive intelligence acts as one of the important factors in the social responsibility of non-profit school managers. By strengthening the competitive intelligence of managers through the necessary training, it can be expected that their level of social responsibility will also increase.

Keywords: Competitive intelligence, social responsibility, non-profit schools, education

¹ M.A in the field of educational Research,., Teacher, Kazerun city (Maremsartavi@gmail.com)